

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการก่อกำเนิดศิลปินอินดี้ในประเทศไทยตลอดจน ศึกษากระบวนการสื่อสารกลุ่ม และอัตลักษณ์ของศิลปินเพลงอินดี้ในประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็น งานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้ ศิลปินอินดี้ในอดีตที่ประสบความสำเร็จ 3 คน , ศิลปินอินดี้ในปัจจุบันจำนวน 10 คน , เจ้าของค่ายเพลงอินดี้ 4 คน , ตัวแทนกลุ่มหรือ สมาคมอินดี้ 1 คน , เจ้าของบริษัทจัดจำหน่ายงานเพลงอินดี้ 1 คน และเจ้าของร้านค้าปลีกย่อยที่จัด จำหน่ายเพลงอินดี้ 4 คน

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของกระบวนการก่อกำเนิดศิลปินเพลงอินดี้ในประเทศไทยมี 6 ระยะ คือ 1) ยุคใต้ดิน คือ อินดี้ 2) ดีเจวาทสนากับของนอก 3) โมเดิร์นด็อก ยุคทองของเพลงอินดี้ 4) ฟ้าเปลี่ยน สีหลังโมเดิร์นด็อก 5) ระเบิดเล็กที่กลับมา และ 6) ค้นหา "อินดี้" ในยุคปัจจุบัน

กระบวนการสื่อสารกลุ่มของศิลปินอินดี้จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เนื่องจากกลุ่มศิลปินมี ขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกันมาตั้งแต่สมัยเรียน มีทัศนคติไปในทางเดียวกัน จึงพูดคุยกันได้ง่ายขึ้น ส่วนในการทำงาน ก็สามารถหาที่รวมตัวกันทำงานได้ตามห้องบันทึกเสียงหรือบ้านเพื่อนคนใดคนหนึ่ง ทุกคนจะรับผิดชอบงานด้านที่ตนเองถนัด และทำงานอย่างมีอิสระ

อัตลักษณ์ของศิลปินอินดี้ คือ เอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของวงแต่ละวงที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของชื่อวง, บุคลิกลักษณะของสมาชิกในวง, การแต่งกาย, แนวดนตรี, เนื้อหาเพลง, ขั้นตอน การทำงาน ตลอดจนรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ต สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเสน่ห์ของวงแต่ละวง แต่แน่นอนว่าจุด ร่วมที่ศิลปินอินดี้มีเหมือนกัน คือ การได้ปลดปล่อยจินตนาการความคิดผ่านบทเพลง ผ่านการแสดงออก ทางดนตรี ที่เป็นอิสระ ไม่มีใครบังคับ

กระบวนการสื่อสารกลุ่ม สามารถสร้างการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ให้กับศิลปินอินดี้ได้ เพราะ กระบวนการสื่อสารกลุ่มมีทั้งแรงสนับสนุนที่ทำให้กลุ่มยังดำเนินต่อไปได้ และแรงกดดันจะเป็นการลดความ เข้มแข็งของอัตลักษณ์ความเป็นศิลปินอินดี้ลงไป แรงสนับสนุนที่ทำให้ศิลปินอินดี้ดำรงอยู่ได้คือ การสร้าง เครือข่ายพันธมิตรของกลุ่มอินดี้ด้วยกันเอง ตลอดจนมีช่องทางจำหน่ายผลงานจากบริษัทจัดจำหน่ายและ ร้านค้าปลีกสำหรับเพลงอินดี้

The objectives of this research are to study the way of developing Indie Music in Thailand together with the group communication process and identity of Indie in Thailand. This is the qualitative research by using in-depth interview from the sampling group: 3 successful Indie artists, 10 present Indie artists, 4 Indie music labels, 1 Indie Association representative, 1 Indie music distributor, and 4 Indie music outlets.

The research has categorized the Indie music revolution into 6 steps : 1) Underground Age 2) Vasana DJ and music from outsider 3) Modern Dog, the Indie's golden age 4) After the age of Modern Dog 5) The coming back age and 6) Finding "Indie" nowadays

Indie group communication process is the interpersonal communication because of the group size. They established their friendships while in university; have got similar attitudes so that they can easily talk to each other. For Indie team, they assemble at any music studio or members' house for working with their skill in the freedom of atmosphere.

The identity of Indie artists is that each band has its own characteristic differently from the others. For example, the way of titling a band, the members' personalities, costuming, music style, songs' contents, working systems, and performing styles on concerts. However, they have one point alike is that they desire to create the music with the frame of independence.

The identity of Indie can be maintained by group communication process. Whereas such process can also bring the constraints that destroying the power of its identity. However, the supporting such as network and distribution of Indie can keep the identity maintenance.